

PERANCANGAN IKLAN UNTUK MEMPERLUAS PASAR KAMILA BUTIK DI KOTA SEMARANG

RAHMANITA ANDILA

(Pembimbing : Daniar Wikan Setyanto, M.Sn, AGUS SETIAWAN, M. Sn)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201301686@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan fashion hijab di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sehingga banyak para desainer yang beralih mendesain sebuah fashion yang terinspirasi dengan wanita berhijab. Mulai dari busana untuk wanita hingga fashion hijab untuk wanita muslimah dengan keunikan dan kreatifitas para desainer. Kamila Butik merupakan nama butik yang menawarkan sebuah produk khusus wanita muslimah dengan produk unggulannya yaitu hijab instant. Kamila Butik sendiri sudah berdiri sejak 7 tahun yang lalu. Banyaknya butik atau brand busana muslimah yang bermunculan dengan produk-produk yang ditawarkan menyebabkan Kamila Butik dalam memasuki tahun ke 5. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka untuk meningkatkan penjualan diperlukan adanya media iklan yang efektif dan fokus pada segmentasi target audience. Untuk mencapai keefektifan dalam menyampaikan pesan kepada target audience, penulis menggunakan metode analisa SWOT dalam perancangan iklan ini. Strategi media yang digunakan untuk mencapai target pasar adalah media sosial yaitu facebook dan instagram, kalender, paper bag dan x â€“ banner. Kamila Butik menyampaikan pesan pada iklan adalah sebagai salah satu butik yang menawarkan hijab instant untuk wanita. Diharapkan melalui perancangan iklan ini masyarakat tertarik dan membuat masyarakat membeli produk dari Kamila Butik, sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Butik, Fashion Hijab, Iklan, Wanita

ADVERTISING DESIGN TO EXPAND THE MARKET OF KAMILA'S BOUTIQUE IN SEMARANG CITY

RAHMANITA ANDILA

(Lecturer : Daniar Wikan Setyanto, M.Sn, AGUS SETIAWAN, M. Sn)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201301686@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The development of fashion hijab in Indonesia has developed quite rapidly. So many designers are switching to designing an inspired fashion with a hijab woman. Ranging from fashion for women to fashion hijab for Muslim women with the uniqueness and creativity of the designers. Kamila Butik is a boutique name that offers a special product Muslim women with its superior product that is instant hijab. Kamila Butik itself has been established since 7 years ago. The number of boutiques or Muslim clothing brands that have sprung up with the products offered cause Kamila Boutique in entering the 5th year. Given these problems, then to increase sales required given effective advertising media and focus on target audience segmentation. To achieve effectiveness in conveying the message to the target audience, the author uses SWOT analysis method in the design of this ad. The media strategy used to reach the target market is social media in facebook and instagram, calendar, paper bag and x - banner. Kamila Butik conveys a message on the ad as one of the boutiques that offer instant hijab for women. It is expected that through the design of this ad people are interested and make people buy products from Kamila Boutique, so as to expand the market and increase sales.

Keyword : Boutique, Fashion Hijab, Advertisement, Woman